

数字经济 驱动的全球化

王世渝◎著

重新定义三次全球化经济形态
探讨全球化企业新动向
掀起中国企业全球化新浪潮



30年资本市场从业经历
11年全球并购从业经历

吴晓波 王耀辉 王 华

倾情推荐



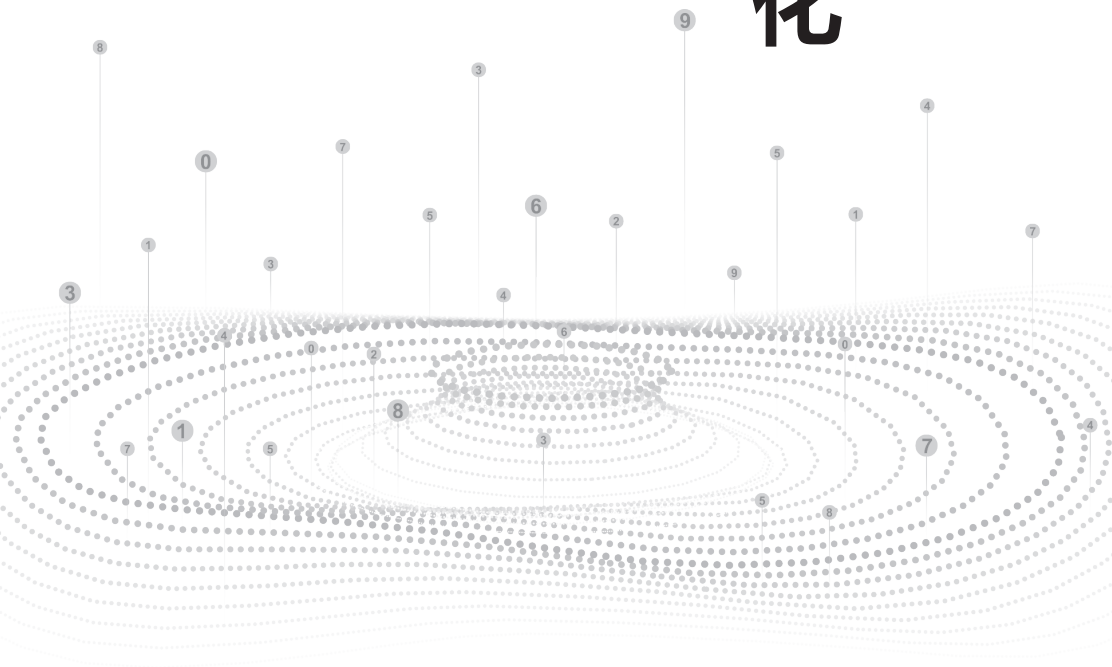
中国出版集团 | 全国百佳图书
中国民主法制出版社 | 出版单位



全球化不是一种僵化、死板的模式，
而是一种思维、一种观念、一种视野、
一种过程、一种永无止境的追求。

数字经济 驱动的全球化

王世渝◎著



中国出版集团 | 全国百佳图书
中国民主法制出版社 | 出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

数字经济驱动的全球化 / 王世渝著. —北京: 中国民主法制出版社, 2020.12
ISBN 978-7-5162-2309-3

I. ①数… II. ①王… III. ①信息经济—研究—世界
IV. ①F491

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2020) 第 221262 号

图书出品人: 刘海涛
出版统筹: 石松
责任编辑: 张婷

书 名 / 数字经济驱动的全球化
作 者 / 王世渝 著

出版·发行 / 中国民主法制出版社
地址 / 北京市丰台区右安门外玉林里 7 号 (100069)
电话 / (010) 63055259 (总编室) 63058068 63057714 (营销中心)
传真 / (010) 63055259

http: // www.npcpub.com

E-mail: mzfz@npcpub.com

经销 / 新华书店

开本 / 32 开 880 毫米 × 1230 毫米

印张 / 12.75 字数 / 319 千字

版本 / 2021 年 1 月第 1 版 2021 年 1 月第 1 次印刷

印刷 / 北京天宇万达印刷有限公司

书号 / ISBN 978-7-5162-2309-3

定价 / 78.00 元

出版声明 / 版权所有, 侵权必究。

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)



本来已经基本完成了这本书的写作，结果 2019 年末、2020 年初发生的两件足以影响全球经济、政治、文化走向的事件，不得不让我利用疫情期间封闭在家的机会，对这本书重新梳理、重新修改。

2020 年注定要重新定义已经开始的 21 世纪。在本书写作期间，我没想到全球化成了全世界都关注的话题，就连中国普通老百姓都开始议论全球化了。而突然之间，两个非常重要的事件又给全球化带来了巨大而深刻的影响。

第一个事件是一种不知道来源的新型冠状病毒在中国春节前夕扩散，14 亿中国人度过了一个特殊的春节。新型冠状病毒是全球化的病毒，迅速蔓延至世界上每一个角落，引发了一场全球危机，直至今日，这场危机还

在持续。

全球范围内产生了对于后疫情时代中经济全球化的各种预测和担忧。本来看似相对平静的全球化演变，却因为这场疫情变得异常激烈。正当中美之间还在围绕疫情起源问题激烈争论之时，美国这个疫情较严重的国家内部却突然出现了几十年不曾有过的大规模暴乱，起因是非裔黑人弗洛伊德在 2020 年 5 月 25 日因警察暴力执法而致身亡。由此，美国这个世界上最强大的国家暴露出其脆弱的一面。

第二个事件，也是因为疫情，我们只好停止了大部分商业活动，停下脚步思考。在大量思考和学习的过程中，我产生了一个全新的、系统性的、理论性的观点，重新定义了三次全球化的经济形态，把 5G 技术的全面应用和实施，与整个经济以及全球化联系起来，从而得出了大胆而创新的结论。这个结论就是一种持续、强大的经济形态正在形成，这种形态与因为疫情而加速消亡的第二次全球化浪潮形成鲜明的此消彼长的关系，我把这种经济形态称为数字经济。

疫情将会加速第二次全球化浪潮的终结！

疫情也将推动第三次全球化浪潮的涌起！

我希望未来 10 年全球经济、政治、文化的走向，和这本书的这些预测和分析息息相关。

下一个 10 年全球最大的亮点，就是以 5G 技术全面应用作为起点，通过数字技术与全球经济的融合，所带来的数字经济驱动的全球化时代的到来。人类经历第一次全球化的殖民经济、第二次全球化的资本经济之后，进入第三次全球化的数字经济时代。

在此之前，数字经济的基础形态已经在全球范围内形成了几十年。中国数字经济在全球数字经济与经济总量中的比重，所处的地位和 GDP 总量的地位一致，而且在中美经济总量和中美之间数字经济总量的比例之上。2018 年，中国经济总量为美国经济总量的 70%，同年，美国数字经济总量是 12.34 万亿美元，而中国只有 4.73 万亿美元，中国数字经济总量只有美国数字经济总量的 38%。但这一形势，有可能从 2020 年开始会发生转折。而同样，从 2019 年开始，数字经济的形态发展到高级阶段。

第二次全球化浪潮和第三次全球化浪潮之间完成融合、颠覆、重构之后，一个完全不同于第二次全球化浪潮的第三次全球化浪潮时代将会到来，这就是由 5G 万物互联驱动的数字经济时代的全球化浪潮，而引领这个浪潮的产业全球化重构和企业全球化重构，将会是中国企业在数字经济时代所崛起的经济全球化、产业全球化、企业全球化的巨大商机。

每一次全球化浪潮都是由技术变革推动社会经济政治的变革而实现的。第一次全球化浪潮是蒸汽机、内燃机和电力技术应用推动的殖民经济全球化；第二次全球化浪潮是电子、计算机、信息技术时代的资本经济全球化；第三次全球化浪潮是 5G 技术推动的数字经济全球化。

2019 年是 5G 产业进入全面商用的第一年，2019 年 1 月 10 日，中国工信部表示国家将会在若干城市发放 5G 临时牌照；6 月 6 日，中国工信部正式向中国电信、中国移动、中国联通、中国广电发放 5G 商用牌照，中国正式进入 5G 商用元年。具有超级连接能力的 5G 网络，将承载 10 亿个场所、50 亿个人、500 亿个

物体的连接。通过数字驱动，把数字世界带给每个人、每个家庭、每个组织的万物互联世界已近在眼前。

当网络延时远低于人类的近百毫秒视觉感知延时的时候，网络世界任意两端的用户具有身临其境、天涯咫尺以及与世界零距离的体验。华为 5G 首席专家童文先生认为：“5G 技术的普及和全云化，将推动各行各业自身业务的提升，如制造业、运输 / 物流业、智慧城市领域等。”

2020 年 2 月 24 日，华为在线上发布 5G 端到端全场景智慧化产品战略，开始了把数字世界带给每个人、每个家庭、每个组织的划时代历程。

5G 时代带来的数字化智慧驱动力，有可能像蒸汽机、内燃机和电力技术应用推动第一次全球化浪潮，以及电子、计算机和信息技术推动第二次全球化浪潮一样，掀起第三次全球化浪潮。

如果第一次全球化浪潮的核心是英国，第二次全球化浪潮的核心是美国，那么第三次全球化浪潮的核心就是中国。

特朗普政府以及一些美国鹰派人士千方百计抗拒的就是这个时代的到来。而他们采取的急不可耐的阻挠方式，就是通过制裁华为来遏制中国掀起的这场第三次全球化浪潮。

第二次全球化浪潮和第三次全球化浪潮正在全球范围内，尤其是在中国经济领域剧烈地交织、激荡。这个百年未有之大变局正以迅雷不及掩耳之势震撼而来，在改变着全球地缘经济、地缘政治的同时，也改变着全球的产业生态，改变着全球的企业组织、企业形态、资本结构以及市场经济体系。

全球化、经济全球化、产业全球化、企业全球化的概念在中

国还没有得到全面和彻底认知的时候，一个新的经济全球化、产业全球化、企业全球化的时代已经到来。未来 10 年，第三次全球化浪潮所带来的数字经济全球化、数字产业全球化、数字企业全球化会让我们很难与过去和今天的全球化现状联系起来，我们会忘却过去、忘却今天。在不知不觉中，我们已经开始新的数字经济全球化历程。

如果说第二次全球化浪潮形成了资本经济全球化的“产业链、价值链、供应链”这个丰富而复杂的全球化“三链关系”所构成的全球化产业生态，那么，第三次全球化浪潮将在这三个链条的基础上，通过融入“数字链和信息链”构成的数字经济，而变得更加扑朔迷离、更加激荡梦幻。也就是说，第三次全球化浪潮的产业生态将通过“产业链、价值链、供应链、数字链、信息链”之间的相互交融、相互冲突、相互颠覆而构成更加丰富和璀璨的全球化产业生态。

如何把握从三个链条到五个链条的运动规律，再造产业重组和整合体系以及企业的治理结构、组织模式、商业模式、盈利模式，成为中国产业、中国企业以及全球企业新的全球化浪潮来临时面对的最大挑战和机遇。同样，全球企业也会因为这五个链条的关系，使第二次全球化浪潮期间形成的全球化企业生态得以重构。在 10 年或者 20 年之内，谁跟不上这样的步伐和节奏，谁将面临不是消失就是被超越、取代的命运。

中国企业错过了在第二次全球化浪潮期间成为全球化企业的机会，这是因为中国是发展中国家，过去几十年都是被动地融入全球化，毕竟中国真正意义上的全球化公司并不多。在第二次全

球化浪潮中，在全球化企业的浩瀚星空里，中国的华为、复星、TCL、海尔、万向、联想、美的、吉利、如意、福耀等全球化企业寥若晨星，屈指可数……

在 21 世纪即将走过 20 年的时候，一个新的百年未有之变局已经出现，第三次全球化浪潮已经滚滚而来，和第二次全球化浪潮的末端紧紧地融合在一起。这个时候，不论你是一家创业企业还是一家已经存续了许多年的企业，不论你是一家高科技企业还是一家传统企业，如果你还停留在没有全球化意识、全球化观点、全球化视野和全球化战略的阶段，那么你的未来就不是错失机会那么简单了，而是有可能随时被全球化浪潮所淘汰。至少，你走不了多久，也走不了多远。

但是，新的挑战来了。你仅仅全球化还不够，如果你不是数字化的全球化，如果你没有跟随数字经济全球化的潮流，那么你也将会偏离这个世界的未来航向。

未来 10 年，走向全球的企业除了继续领先的华为，可能会是字节跳动、快手、滴滴出行、阿里巴巴、京东、百度、腾讯等企业。数字经济驱动的第三次全球化浪潮不外乎三个方向：

第一个方向是 5G 时代互联网产业本身的发展和全球化，包括 5G 时代基础设施企业、数字网络企业、硬件制造企业、软件开发企业、新材料企业、网上应用企业等；包括半导体、芯片制造、芯片设备、芯片设计、通信信息终端产品研发设计等。最有代表性的就是华为、联想、中兴、腾讯、百度、京东方等企业。

第二个方向是数字技术下沉，通过物联网、产业互联网，将云计算、大数据、人工智能、区块链深度融入传统产业，通过对

传统产业的颠覆、改造、融合，将其发展成为产业互联网企业而走向全球，包括阿里巴巴、京东、小米等。在 4G 时代以前非常失落的中国联通、中国电信、中国网通有可能利用数字技术下沉的机会，渗透进入数字经济产业领域。

第三个方向就是传统产业企业通过数字化转型升级，进入物联网、产业互联网领域，同样通过云计算、大数据、人工智能、区块链这样的数字经济方式走向全球。

也许很多企业家会有疑问，华为、复星、万向、联想都是那么大的企业，它们走向全球，成为全球化企业是理所当然的事情，中国 90% 以上的企业都是中小型企业，它们有必要、有能力成为全球化企业吗？以我的实践经验来看，对于今天的中国企业而言，全球化不是一个僵化、死板的模式，全球化是一种思维、一种观念、一种视野、一个过程、一个永无止境的追求。全球化并不是要求每个企业都要到全球市场去大规模重组、并购、投资，然后驰骋世界资本市场，而是要看其能不能根据企业规模、所在行业以及公司愿景在全球范围内整合所需要的一切。企业不是局限在哪个国家、哪个地区的一员，而是全球这个多维空间中的一员。

而 5G 时代的开启，5G 时代所创造的世界空间零距离，为产业、企业、创业开创了一个新的数字化、全球化空间。

由此我可以做出一个预测，已经开始的第三次全球化浪潮将会是全球产业数字生态重构的全球化，是全球化企业进行企业数字化模式再造的全球化，更是中国企业数字化、全球化时代的开始，更是中国数字经济引领、驱动全球化的开始。

《第三次全球化浪潮》一书在全球范围内第一次梳理了三次全

球化浪潮的起源、内涵、进程和内在规律，分析了每一次全球化浪潮掀起的原因、特点和内容以及对世界经济的影响。遗憾的是，《第三次全球化浪潮》出版发行的时候，我还没有机会全面理解和深刻解读数字经济的系统知识，没有更准确地将数字经济与第三次全球化浪潮深度结合起来，好在本书可以帮助我弥补这个缺口。

本书将讨论三次全球化浪潮中波澜壮阔的由数字经济驱动的企业全球化浪潮和产业全球化浪潮，分析企业和产业在三次全球化浪潮中的形态、作用和意义。我会结合多年来参与全球并购、投资合作过程中观察的案例来解读企业在全局化中的角色以及如何成为一个全球化企业，尤其是给大家分享最近一年来我的一些思路转变，帮助中国中小企业甚至创业者一起探索中小企业全球化的方法，以及数字经济时代的企业全球化机会。

如果说第一次全球化浪潮中地缘政治通过殖民模式形成经济全球化，政府和非市场化企业起到了主导全球化的核心作用，那么第二次全球化浪潮中资本经济最大的特点就是靠企业作为载体来实现。阅读《第三次全球化浪潮》，对三次全球化浪潮进行系统梳理，对三次全球化浪潮的构成体系以及历史和现实成因进行理解，对我们读懂经济全球化的产业、金融、资本以及在全球范围内的微观操作具有很大意义。因为所有全球化浪潮的汹涌澎湃，都是通过作为载体的每一个企业和其从事的产业以及背后那些神秘的资本实现的。那么，在波涛汹涌的第三次全球化浪潮和第二次全球化浪潮诡异交替以及第三次全球化浪潮全面袭来的时候，数字经济产业和企业的全球化将会是什么样的场景呢？

在第二次全球化浪潮中取得巨大成功、获得巨大利益的发达

国家的全球化企业已经全面展开应对第三次全球化浪潮的战略，这种应对是否成功，将取决于其自身的反应机制，未来 10 年这些企业是否还停留在全球著名企业的榜单上，需要时日去检验。在中国上海举办的第二届中国国际进口博览会上，我正好仔细观察了参展的世界著名企业的展台，发现两个比较明显的特征：第一，几乎所有的企业都在升级进入产业互联网、大数据、云计算和人工智能时代，推动企业的数字化转型；第二，几乎所有的企业都在针对中国市场打出“亲密无间”的中国概念。

对于中国企业来说，虽然经过几个阶段已经深深融入全球化浪潮中，但是中国经济的全球化并不等于中国企业的国际化和全球化，中国企业大多数都不是全球化企业，甚至很多企业家都不知道全球化为何物，也不知道全球化和自己的企业有什么关系。有的中国企业一开始就想要做成全球化企业，但是有的中国企业即使已经成为全球化企业，也没有搞清楚自己是什么样的全球化企业。当我深深置身于企业全球化这个巨大漩涡的时候，我也在为中国企业和企业家们对于全球化认识的缺失，感到深深的惭愧。这至少有九个原因：

第一，中国没有和发达国家同步进入工业化，中国的全球化是输入式全球化，从计划经济到市场经济都是输入的，都不是中国原创的。

第二，中国太大了，很多中国企业家觉得中国就是世界，做好中国企业甚至做好中国一个地区的企业已经了不起了，哪里还有激情远涉重洋、走向全球？

第三，在中国起主导作用的企业都是以央企为代表的国有企

业，虽然曾经有过鼓励大家“走出去”的政策，但是并没有成为一个国家战略，即使有“一带一路”倡议，也不是从企业全球化的角度去思考的。

第四，中国在农耕文明时代曾经是万国来朝的经济政治文化强国，而且强大了千年。没有中断的中华文明继承了中华文化的精髓，但是同样也传承了封建时代封闭、保守的文化元素。

第五，公有制的局限：公有制的体制和世界主要发达国家的经济政治制度和社会治理模式有很大区别，制度性冲突影响了中国的全球化融合。

第六，语言障碍：强大的汉语言文化存在与英语语言交流的障碍，汉语难以成为世界流行的语言。

第七，文化局限：古老悠久的中国文化是中华民族的骄傲，但是中国文化所独具的地域特色对中国人的生活方式影响巨大，导致和西方文化、西方生活方式的融合存在比较大的障碍。

第八，国家政策与战略：由于自身特色，中国有自己的全球化方式，也就是“一带一路”倡议，这个由中国主导的全球化方式和发达国家主导的第二次全球化浪潮形成不一样的全球经济发展方式和经济秩序。

第九，专业人才：由于中国经济和中国企业的全球化程度不高，导致中国严重缺乏全球化的专业人才，包括企业家、技术专家、金融家、财务专家、税务专家、产业专家、律师等。

这九大原因阻碍了中国企业全球化进程。绝大多数人不懂得什么叫全球化，也不知道为什么要全球化，如果任其发展下去，中国企业是不可能成为世界级企业的。这是中国企业成为时代弄潮

儿需要面对的最大挑战。如果第三次全球化浪潮覆盖全球的时候，三分之一以上的全球化企业不是中国企业或者中国自然人，中国经济将非常被动。

每一个发达乃至强大国家的企业界都是由全球化企业主导的。美国如此，日本如此，德国如此，甚至只有 800 多万人口的瑞士和只有 900 多万人口的以色列，都是因为有一批强大的全球化企业或者拥有全球性的科技创新成果，才使得国家成为经济和科技创新强国。

第三次全球化浪潮袭来的时候，我相信第二次全球化期间的全球化企业依然会继续其全球化步伐，它们不会因为没有第三次全球化浪潮时期的技术优势、市场优势而放弃对全球化的竞争。第二次全球化浪潮期间形成的全球化企业会积极拥抱第三次全球化浪潮带来的机遇和变革，重构企业的治理、组织和商业模式、盈利模式，努力成为第三次全球化浪潮的领跑者。

中国要从高速发展的国家走向高质量发展的国家，从站起来到富起来再到强起来，如果没有占很大比例的全球化企业，没有在全球产业分工中处于产业链、价值链、供应链高端的企业，国家经济是不可能强大的。

企业为什么要全球化呢？企业不是为了全球化而全球化，企业也不只是为了国家、为了情怀而全球化。你是一家村里的企业，你就只能挣一个村的钱；你是一家省里的企业，你就能挣一个省的钱；你是一家全国性企业，你就可以挣全国的钱；你要是一家全球化的企业，你就有机会挣全世界的钱。但是，企业全球化又没有那么简单，不是把企业产品卖到全世界就是全球化的企业了，

全球化不仅是产品的全球化，更是要到全世界去挣最科学的钱、最有效率的钱、最有竞争力的钱。

让中国企业走向全球化，从完全的中国企业成为全球化企业，从被动的全球化到主动的全球化，同时，让中国成千上万的企业都成为全球化企业，这是一个艰难的过程。因为这些企业既没有这样的传统，也缺乏全球化的基本知识和理念。

企业的全球化是一门系统的科学，是一种价值观、一套战略，更是一种方法。美国企业的全球化和日本企业的全球化不是一回事，中国企业的全球化当然也有中国企业的全球化特征。遗憾的是，中国至今没有一所大学研究并设置这样的课程。

我们都知道华为，但是，如果不是中美冲突，不是美国强力制裁华为，不是任正非被迫多次从幕后走到前台来接受采访，让我们有机会走进华为的世界，我们真不知道，原来华为的全球化布局 and 战略已经到了连美国这个世界头号强国用国家力量来制裁都难以奏效的水平。但是，整个中国达到华为这样全球化水平的企业，几乎没有。我们为什么没有多几家像华为这样的企业呢？

以正常的经济发展速度，中国很快就要成为世界第一经济大国（很多经济学者认为从购买力的角度，中国已经是世界最大经济体）。但是，如果没有一批像华为、美的、TCL、联想、海尔、复星、福耀这样的全球化企业成为各行各业的领军企业，中国是不可能成为经济强国的，中国企业也没有能力去全世界赚钱。所以，树立企业全球化理念，打造、培养全球化企业是中国经济由大而强的必由之路，也是中国企业家和创业者的使命。

但是，当我们理解企业全球化的时候，又不可能把企业和产业、

金融、市场体系、市场经济制度孤立起来。华为全球化的巨大成功和所遇到的艰难险阻就是一个典型案例。在第三次全球化浪潮与第二次全球化浪潮冲击融合的过程中，只有根据中国特色以及中国经济全球化的趋势和战略，主动设计中国企业全球化、产业全球化、金融全球化、市场经济制度全球化路径以及经济背后的全球化外交体系、全球化文明体系，构建既有顶层设计又有操作系统的符合人类文明发展潮流的人类命运共同体，真正担当起和世界人民一道走向全球化未来的使命和责任，才能真正让中华民族崛起于世界民族之林，让古老的中华文明和世界所有的伟大文明一起，共同奔向伟大而艰难的未来。

如果仅仅讨论第三次全球化浪潮中中国企业的全球化问题，实在太狭隘了。第三次全球化浪潮也不只是中国企业的全球化，我们更要看到，在第二次全球化浪潮中主导全球化的全球企业如何在应对第三次全球化浪潮冲击的同时继续保持全球化的领跑能力，同样需要关心和讨论有可能成为第三次全球化浪潮领跑者的中国如何能够让全球企业与中国的产业和企业融合、竞争，让中国成为全球企业角逐的全球化大舞台。我希望看到的场景不仅是中国企业的全球化，更希望看到全球企业的中国化或者全球企业的全球化。

新的问题来了，中国企业还没有成为第二次全球化浪潮时代的全球化企业，数字经济时代来了。数字经济时代的企业全球化和资本经济时代的企业全球化有着完全不一样的方法，如何应对呢？

本书就想结合我在中国资本市场 29 年的经验和超过 12 年的

全球化从业经验，以 5G 时代数字经济作为驱动力，讨论数字经济驱动的全球化浪潮时代的产业全球化、企业全球化发展趋势；讨论中国企业、中国产业在数字经济驱动的第三次全球化浪潮中的方向和路径；讨论全球企业与中国 5G 时代数字技术和数字经济的融合方法。希望通过这些讨论，能够探讨全球化企业的新动向，掀起中国企业的数字化和全球化浪潮，帮助更多企业学习数字化和全球化、理解数字化和全球化、一同走过数字化和全球化。同时也希望看到更多的全球企业进入中国市场，参与中国的市场机会，让中国更多的企业在全世界经济的大海里，成为行业领袖、产业冠军，也希望看到中国有更多的企业家能够成为任正非、柳传志、李东生、郭广昌、张瑞敏、马云、曹德旺这样的全球化企业家。